

DIE ROLLE DER WELTERBEN IN DER WEST-PANNONIEN

ZSÓFIA KULBERT Doktorandin

Universität West-Ungarn Fakultät für Wirtschaftswissenschaften

Summary

When we advert the trends of the tourism of the past years, we can see that those products, which are based on unique experiences, became more popular, than other ones. In the other side, nowadays the experience is beginning to turn into a new category of tourism very forcefully.

In the ground of West- Transdanubien region there are two spot, which are parts of the World- Heritage: The Arch abbey of Pannonhalma, which was getting into to the list in 1996, and the Fertő culture land. It may be hypothesized, that the World Heritage denomination involves a rise in the number of visitors.

The circumstances at the moment are not so rewarding, to fulfil the hopes, what the tourism appends to it; it would be need complex innovate, which includes some important component: to develop the policy of tourism and the efficient management.

1. Einleitung

Die Nachfrage nach kulturellen Bedürfnissen nimmt immer mehr zu.

Heutzutage verstärkt sich die Nachfrage nach den kulturellen Bedürfnissen eher ständig. Losgelöst von den hineilenden Werktagen kommen die ländlichen Werte in den Vordergrund.

Die Tourismus-Produkte, die laut der Tourismus-Tendenzen der letzten Jahre auf die Individualität bauen, wurden überall in der Welt populärer. Entsprechend der Maslower-Bedürfnispyramide kann man auch im Tourismus den Wunsch nach der Befriedigung von Ansprüchen im höheren Niveau auf die ästhetische Qualität, die Selbstverwirklichung und die kulturelle Selbstidentität beobachten. Die WTO schildert dieses Phänomen als einen Übergang von der „Dienstleistungswirtschaft“ hin zu der so genannten „Erlebnismwirtschaft“. Der Verbrauch wird mit einem persönlichen Charakter angereichert, das Angebot wird durch einen neuen Mehrwert, die Erfahrungen hochwertiger. Das Entfliehen vor der immer unpersönlicher werdenden Arbeit, veranlasst den Menschen zu reisen, um etwas Neues kennenzulernen, um an etwas Neuem teilzuhaben und dabei um Erlebnisse reicher werden.

Obwohl das Erlebnis eine subjektive und schwer erfassbare Kategorie ist, hält das Erbetourismus unter den Arten des Tourismus das grösste Angebot bereit. Und was kann einzigartiger und attraktiver als die Geschichte und die Kultur eines Landes sein?

Die Aufwertung des historischen und kulturellen Erbes und die Anlehnung an die Traditionen und Wurzeln scheinen so, wie eine Antwort gegen der kommerzialisierenden Kultur¹ unseres gegenwärtigen Lebens, wozu es natürlich notwendig ist, dass die Betroffenen alles miterleben und erleben können, was die Erben vermitteln.

2. Weltweit anerkanntes Erbe

Die staatlichen und nationalen Rahmen haben sich oft als unzureichend erwiesen, die Nachhaltigkeit der Welterben zu sichern, so wurde immer offensichtlicher, dass es eine internationale Vereinbarung benötigt, die die globale Verantwortung übernimmt. Deswe-

gen hat die UNESCO, die VN-Organisation die sich mit dem Schutz und Bewahrung der Erbe von der Menschheit beschäftigt, die Welterbe Konvention im November 1972 ins Leben gerufen.

Die Konvention verteilt die auf die Liste gesetzte Erben in drei Kategorien. Zu den kulturellen Erben gehören Denkmäler, Gebäude, Gebäudekomplexe und Orte. Unter den Natur-Welterben registriert man physische, biologische und geologische Gebilde, Lebensräume der gefährdeten Arten und Naturgegenden. Da wir fast nirgendwo solche Gebiete finden können, die frei von menschlichen Wirkungen sind, musste man auch eine dritte Kategorie errichten. Die Orte, die Mischung von kulturelle und Natur-Erben sind, wurden unter „gemischt“ eingereicht.

Die Welterbe Konvention wurde insgesamt für 878 Orte untergeschrieben, die Verteilung unter die drei Kategorien ist nicht gleichmäßig. Laut der Kriterien sind es 679 kulturelle-, und 174 Natur-Welterbe Orte, 25 findet man als „gemischt“, das heisst, dass sie sowohl die Bedingungen der kulturelle Welterbe, als auch die von der Natur-Welterbe erfüllen können.²

3. Das Beziehungssystem der Welterben und des Tourismus

Die Welterben haben eine besondere Lage unter die Erbeattraktionen, da sie einerseits einen besonderen Schutz genießen, so sind sie strenge Regelungen unterzogen, andererseits verfügen sie über eine besondere Touristen anziehende Fähigkeit. Gerade deswegen werden diese Orte von den Nationale Tourismus Strategien hervorgehoben, weil man bei ihren touristischen Nutzung ihren verstärkten Schutz vor Augen halten muss.

Laut diesen könnten die anerkannte Erben je größere Rolle im Tourismusleben des gegebenen Gebietes, und dadurch auch in jener Wirtschaftsentwicklung und regionalen Entfaltung spielen. Daneben, das sie im Zahl der Touristen, die in der Region angekommen sind ein bedeutsame Wachstum generieren, und die Zahl der Übernachtungen steigern können, durch die Entwicklung und Erweiterung des Infrastrukturs können sie zu der Raumordnung des Ortes aktiv beitragen. Unter touristischer Infrastruktur verstehen wir im engerem Sinn die Gesamtheit die Straßen-, Wasser-, Abwasserkanal-, elektrische und Telegrafie-Netzwerke, im weiteren Sinn knüpfen sich an dieser alles, was mit den Dienstleistungen, die mit der Besichtigung der Erbewerten verbindet sind, zusammenhängen, so Unterkunft, Mahlzeit und Handel³. Diese erwähnten touristischen Entwicklungen können auch bedeutende Zunahme in der Zahl der Arbeitsplätze generieren.

4. Die Welterbe Titel geschaffene Orte in der Region West-Pannonia

Unser Heimat ist der Welterbe Konvention im Jahr 1985 beigetreten, ab 1987 findet man hier insgesamt 8 Welterbe Orte, darunter 7, die zur kulturellen-, und ein der zur Natur-Kategorie gehören.

Auf dem Gebiet von der Region West-Pannonia findet man darunter zwei, die auf die Liste 1996 gesetzte Erzabtei Pannonhalma und die Neusiedlersee Kulturlandschaft. Das Merkwürdige und zugleich die alles einbegreifende Eigenschaft des Letzteres ist, dass ihre Aufnahme im Jahr 1996 durch Österreich und Ungarn gemeinsam angeregt wurde.

4.1. Der Benediktiner Erzabtei Pannonhalma

Der Erzabtei ist ein einzigartiges Beispiel der noch auch heutzutage aktiven christlichen Klöster, deren Mönchsgemeinde in gesamten Mittel-Europa zur Kulturentwicklung und Erweiterung des Christentums beigetragen hat. Dank diesen universalen Werten hat er im Jahr 1996, an der 1000. Jahrestag seiner Gründung verdient, auf der Welterbe Liste gesetzt zu werden.

4.1.1. Möglichkeiten der Tourismusentwicklung bei der Erzabtei

Die Abtei befindet sich getrennt von der Siedlung Pannonhalma, auf dem Saint-Martin Berg, und es bildet sich selbst eine autonome Einheit. Die Abtei hat keine aktive touristische Beziehungen mit den umliegenden Ortschaften, eben deswegen kann sie ihre aus dem Welterbe-Titel stammenden positionellen Vorteile nicht ausnutzen.

Das einzigartig wertvolle Denkmalensemble wird jährlich von zirka 100 000 Besuchern aufgesucht, aber zum in der Nähe gelegenen Millenniumsdenkmal und Kreuzweg oder zum Aussichtsturm Boldog Mór spaziert nur einen kleinen Teil der Touristen. Die meisten Gäste verbringen keine lange Zeit weder im Gegend des Gebäudeblocks noch im Dorf, da die vorhandene Gegebenheiten unbekannt sind, und die darin liegende Möglichkeiten in großer Teil ungenutzt sind.

Zur effektiven Ausnutzung des Besuches und zur Erholung des Tourismuseinkommens muss man in erster Linie die Aufenthaltszeit der Besucher steigern.

Da während der Zeitdauer des Schuljahres im Gebäudeblock etwa 500 Menschen leben, seine Aufnahmefähigkeit ist begrenzt. Mit Berücksichtigung dieser Tatsache, sind die Mittel der Erhöhung der Aufenthaltszeit außer der Mauer des Gebäudeblocks zu schaffen. Dafür sind zahlreiche Möglichkeiten, da der kulturelle Tourismus mit anderen Tourismusarten gut kombinierbar ist.

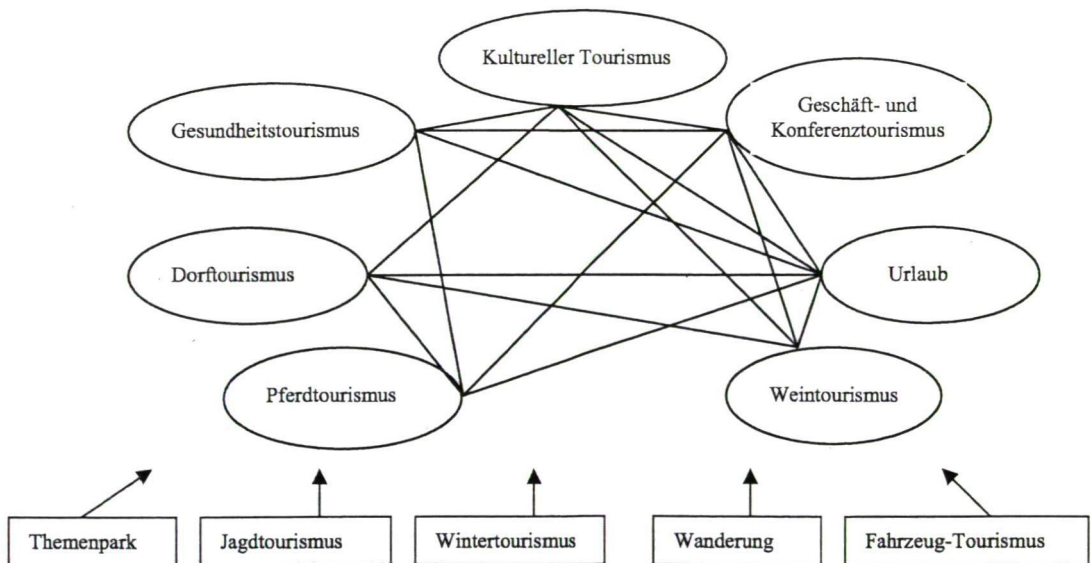


Abbildung 1. Die mögliche Kombination der touristische Produktentwicklung

(Quelle: Piskóti–Dankó–Schupler 2002. 231. p.)

Die Erzabtei und deren Umgebung wird mit der Einleitung von neuen Angebotsselementen und mit dem Einschalten der begeisterten Unternehmen in den umliegenden Dörfern imstande sein um neues, komplexes Produktangebot anzubieten.

Als ein möglicher Einschaltungspunkt sehe ich neben den in der Erzabtei angebauten Wein und Gewürze, die Möglichkeit, weitere lokale Produkte zum touristischen Angebot einzuziehen. Mit Ausbildung eine gut ausgebildete Marketingtätigkeit kann man die Zahl der Besucher bedeutend steigern und die für touristische Produkten typische Sazonalität wird verringert. Natürlich kann das nur als Ergebnis der engeren Zusammenarbeit mit den umliegenden Siedlungen zustande kommen. Aber diese Zusammenarbeit ergibt auch gegenseitige Vorteile, ja die Erzabtei und auch die einblendende Selbstverwaltungen und Unternehmer können aus der touristischen Besucherzahl profitieren.

4.2. Fertő-tó/Neusiedlersee kultúrtáj

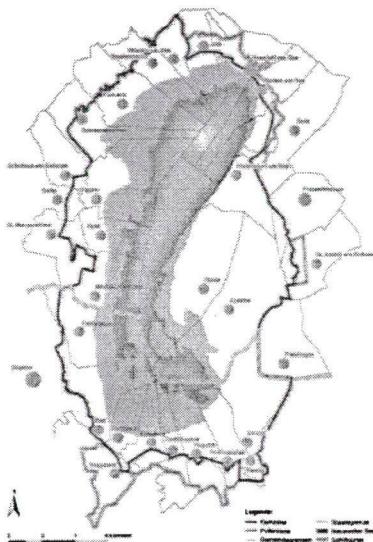


Abbildung 2. Das ganze Gebiet des Neusiedlersee Kulturgebiets
(Quelle: www.welterbe.org)

UNESCO hat den See wegen seiner einzigartigen Naturwerte im Jahr 1979 für Biosphärenreservat erklärt, dann wurde der See mit denen umliegenden Dörfern im Jahr 2001 als Kulturgebiet auf die Welterbe Liste gesetzt.

Zum Gebiet gehört aus der ungarischen Seite das ganze Gebiet des Fertő-Hanság national Parks, sowie Fertőboz, das unter Denkmalschutz stehende Siedlungszentrum und der Steinbruch von Fertőrákos, der Schloss Esterházy in Fertőd, und der Schloss Széchenyi in Nagycenk und deren Gegend. Die zum Pufferzone gehörende Siedlungen sind Balf, Nagycenk, Hidegség, Fertőhomok, Hegykő, Fertőszéplak, Sarród, Fertőújlak). Aus der österreichischen Seiten wurden das Gebiet der nasse Lebensraum von dem Neusiedlersee Seewinkel Nationalpark und die unter Denkmalschutz stehende Innenstadt der Freikönigliche Stadt Rust vorgeschlagen.

4.2.1. Möglichkeiten der Tourismusentwicklung im Fall Neusiedlersee, als Welterbe

Hinsichtlich die Fläche des Kulturgebietes ist es mehrmals größer, als die geschützte Fläche der Abtei. Nicht nur den See und seiner direkten Umgebung gehört dazu, sondern beteiligt sind die den See umgeben Siedlungen und deren gebauten Erden, eben deswegen muss die Ausbildung eines einheitlichen Images eine hervorragende Rolle spielen, und das muss auch die Zusammengehörigkeit dieses Gebiets offenbar machen.

Der National Park-Titel, obschon es erst 7 Jahren früher ist, wurde zur allgemeinen Kenntnis besser eingebaut, als der Welterbe-Titel. Ich bin der Meinung, dass die durch diesen Titel vorhandene Vorteile und Möglichkeiten werden weder in der Marketingtätigkeit noch in der Ausbildung von touristischen Produkten richtig ausgenutzt.

Aber die Gegebenheiten des Gebietes sind günstig, und ich glaube, dass sich eine Gelegenheit mit einer richtigen, grenzenüberschreitenden und in mehreren Ebenen verwirklichenden touristischen Zusammenarbeit bieten könnte, um neue touristische Anziehungskräfte auszuformen, damit man ein effektiv Tourismus realisiert.

Ich stelle die Tätigkeit des effektiven Tourismus so vor:

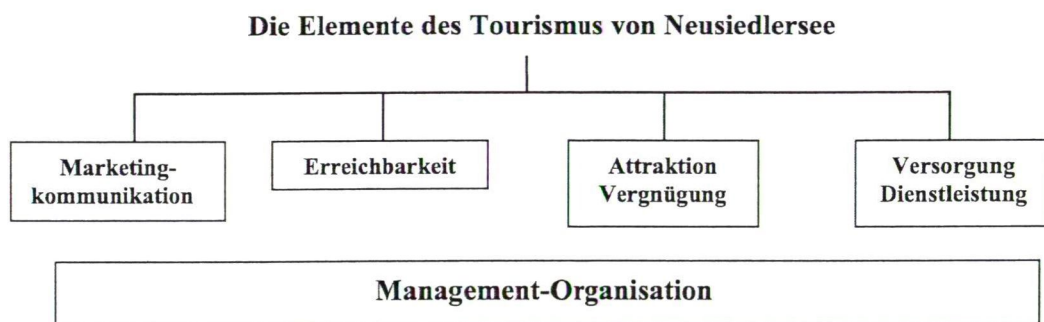


Abbildung 3. Die wichtige Elementen des Tourismus von Neusiedlersee
(Quelle: eigene Verfassung)

Eine der wichtigsten Elemente des effektives Tourismus ist die ganzes Gebiet umfassende Marketingkommunikation. Für die touristischen Produkte ist die Unfassbarkeit charakteristisch, es ist im Fall von Neusiedlersee besonders zutreffend. Eben deswegen hat das Marketing alles begreifbar zu machen, aber dazu muss man der Begriff des Welterbes mit einen alles durchdringenden, Image gebeten Inhalt auffüllen.

Die Elementen der Image-Bildug sind teilweise schon gegeben, weil ein überall in der Welt bekannte und genutzte Logo schon existiert, aber dessen Verwendung ist noch nicht völlig.

Natürlich muss man sich das auch vor Augen halten, dass sich auch Privatdienstleiter an dem Kulturellen Erbe verknüpfen, die privat mit ihrem eigenen Logo zum Markt gehen, anderseits im Fall des Welterbes müssen sie zusammen mit den Anderen einheitlich erscheinen.

Wenn wir den kulturellen Werten des Gebietes in weiteren Kreis bekannt machen möchten, dann müssen wir zuerst die Lokalmenschen gewinnen. Die Ursache ist einerseits dafür, dass die lokale Attraktionen auch für sie Erholungs- und Geldausbeugungsmöglichkeit bieten, anderseits, wenn man ihnen mit der Wichtigkeit des Gebietes bekannt machen kann, die stolzen Lokale übermitteln ein positives Bild für die Touristen.

Als das Element der Popularisierung ist es zweckmäßig exklusive Publikationen erscheinen zu lassen, deren Ziel ist die Besucher aufmerksamer zu machen, und man

braucht auch große Programmkatalogen, die nach die ausführliche Vorstellung des Gebietes, der Dienstleistungen und deren Preise streben.

Unter Erreichbarkeit verstehe ich teilweise den physikalischen, teilweise den marktfähigen Aspekt. Das die verschiedene gebauten und Natur-Anziehungskräfte der Welterbe Neusiedlersee sich von einander territorial getrennt befinden, ist es eine grundlegende Aufgabe, die Anziehungskräfte einander zu verbinden. Die ganze gebaute und Naturumgebung, wo die Besucher durchgehen müssen, bilden die unvermeidliche teile der Erlebnissen. Von dem Gesichtspunkt der Touristen sind die Informationsschilder die unerlässliche Elementen des Informationssystems.

Parallel zu der Entwicklung des Gebietes muss das Niveau der gebundenen Dienstleistungen entsprechend dem Umsatz und der Zusammensetzung der Gäste entwickelt werden.

In der Hinsicht von Unterkunftsmöglichkeiten kann man in erster Linie auf dem Dorftourismus gründen, andererseits findet man in Sopron außer diesen auch qualifizierte Unterkünfte.

Unter die Dienstleistungen halte ich es wichtig, die an der österreichischen Seite schon seit zehn Jahren funktionierende Neusiedlersee-Karte zu erwähnen. Diese wurde voriges Jahr von 175000 Gästen beansprucht, und damit konnte man 38 Dienstleistungen in verschiedenen Instituten von Nord-Burgenland kostenlos in Anspruch nehmen⁴. Ich sehe eine große Notwendigkeit dafür, die Karte auch an der ungarischen Seite der Neusiedlersee-Ufer ins Leben zu rufen. Der Ausbau einer gemeinsamen, mehrsprachigen Webseite wäre auch sehr wichtig. Dessen Vorteil ist das, dass die darin gespeicherte Informationen überallher erreichbar und jederzeit modifizierbar sind, und man findet die ganze Programmangebot des Gebietes unter einem bestimmten Homepage.

Die verschiedenen Dienstleistungen zusammenzufassen, ist es wichtig eine selbständige Managementorganisation zu errichten. Die Aufgabe dieser Organisation wäre die ständige Zusammenarbeit mit den Dienstleistern, die Versorgung von den verschiedenen Marketingaufgaben, Marktforschungen, die Beschaffung von staatliche und gemeinde Geldquellen, die Versorgung der gemeinsamen Interessenvertretung, und die Ausbildung der Zusammenarbeit mit den anderen Tourismusorganisationen.

5. Zusammenfassung

Beide Welterbeorte sind einzigartige und besondere Schauplätze in der Region West-Pannonia. Man würde es deshalb vermuten, dass der Welterbetitel selbst die Besucherzahlerhöhung nach sich zieht.

Unter den gegebenen Umständen sind aber die west-pannonischen Welterben nicht geeignet dazu, die durch den Tourismus hinzugefügte Hoffnung zu bewähren. Es wäre wichtig, eine komplexe Entwicklung zu verwirklichen, denen unentbehrliche Elemente die gemeinsame touristische Politik und eine effektive Management sind.

Notizen

1. **Puczkó, László-Rátz, Tamara** (1998): A turizmus hatásai. Aula Kiadó Budapest. 177. p.
2. <http://whc.unesco.org/en/list>
3. **Lengyel, Márton** (2004): A turizmus általános elmélete, KIT Kft. Budapest.
4. <http://www.neusiedler-see.at>
5. **Piskóti, István-Dankó, László-Schupler, Helmut** (2002): Régió- és településmarketing, KJK Kerszöv. Budapest.